

**MODELLI
DI FAMILY BUSINESS
NEL SETTORE
VITIVINICOLO**

**a cura di
Sebastiano Torcivia**

FrancoAngeli

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.

**MODELLI
DI FAMILY BUSINESS
NEL SETTORE
VITIVINICOLO**

**a cura di
Sebastiano Torcivia**

FrancoAngeli

La pubblicazione rientra nell'ambito del progetto di ricerca nazionale "Modelli di family business nel settore vitivinicolo" cofinanziato dal MIUR nell'anno 2008.



In collaborazione con le unità di ricerca PRIN



Università degli Studi di Firenze



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI TRIESTE

Con il sostegno di



Con il patrocinio di



AIDEA



Copyright © 2013 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

Indice

Prefazione	pag. 7
1. Il cluster del vino del Friuli Venezia Giulia. Un'analisi economico finanziaria, di <i>Guido Modugno</i> e <i>Giorgio Valentinuz</i>	» 9
2. Modelli di family business nel settore vitivinicolo. Unità di ricerca di Milano, di <i>Francesco Maria Spano</i>	» 35
3. Modelli di family business nel settore vitivinicolo. Riflessioni teoriche ed alcune evidenze empiriche tratte dalla ricerca svolta dall'unità di Palermo, di <i>Sebastiano Torcivia</i>	» 99
4. Il Friuli wine cluster. Struttura, governance e performance del cluster del vino del Friuli Venezia Giulia, di <i>Francesco Venier</i>	» 119
5. Modelli proprietari, passaggio generazionale ed evoluzione dei modelli imprenditoriali nelle aziende familiari del settore vitivinicolo in Toscana. Unità di ricerca di Firenze, di <i>Vincenzo Zampi</i>	» 165
6. Il caleidoscopio "family business", di <i>Salvatore Tomaselli</i>	» 191

Appendice	pag. 195
Ringraziamenti	» 201
Gli Autori	» 203

Prefazione

Il presente volume raccoglie i contributi della ricerca universitaria dal titolo “Modelli di family business nel settore vitivinicolo”, di cui al programma di ricerca cofinanziato PRIN 2008 del Miur.

La ricerca ha coinvolto, sotto il coordinamento nazionale da me svolto, i colleghi, responsabili delle unità operative delle università di Firenze, prof. Vincenzo Zampi, di Milano, prof. Francesco Spano e di Trieste, prof. Francesco Venier.

La ricerca si è posta l’obiettivo di comprendere, attraverso metodologie di indagine sia di tipo qualitativo, sia quantitativo, le relazioni tra la proprietà, la governance e la direzione adottati e la longevità delle aziende familiari.

In particolare, gli obiettivi della ricerca sono stati quelli di conoscere:

- l’azienda familiare come comunità di persone;
- la coesione familiare e il commitment verso l’impresa;
- l’esercizio del potere;
- la struttura delle proprietà.

Inoltre, ogni Ateneo si è concentrato su una particolare specificità territoriale:

- l’unità di Palermo, sull’analisi del fenomeno della successione, esaminando le influenze dei cambiamenti nel contesto sociale, economico e competitivo dei processi di successione;
- l’unità di Trieste, sugli aspetti relativi alla governance effettuando una mappatura dei cluster;
- l’unità di Firenze, sui concetti di proprietà, modalità per affrontare il ricambio generazionale e l’innovazione in seguito al cambio generazionale;
- l’unità di Milano, il cui territorio di riferimento è il Piemonte, sui concetti di contesto sociale, economico e competitivo.

Il lavoro accoglie le relazioni finali dei docenti coinvolti nella ricerca,

nonché ulteriori contributi forniti nel corso del convegno finale di presentazione dei risultati, svoltosi a Palermo, il 15 marzo 2013.

Un ringraziamento particolare va a tutti i colleghi universitari, ai collaboratori ed allievi del Master che hanno fornito, in vario modo, in primo luogo, il loro tempo, il loro entusiasmo e la loro fattiva collaborazione per lo svolgimento delle interviste, dell'elaborazione dei dati, della collaborazione per la preparazione della giornata finale di presentazione dei lavori di sintesi, a Palermo, per la predisposizione di tutto il materiale affinché questo libro potesse vedere la luce.

Ci auguriamo che questo lavoro possa essere veramente di ausilio per le numerose realtà imprenditoriali del settore vitivinicolo operanti, in primo luogo, nelle regioni oggetto della nostra ricerca ed, in senso lato, per le altre realtà nazionali, operanti nel settore.

Si è di fronte, infatti, ad una situazione aziendale, ineludibile, per la quale, l'analisi, lo studio e la conoscenza di altre esperienze di ricambio generazionale, di gestione del family business, non possono che aprire nuove prospettive di sviluppo, di cambiamento e, in definitiva, di crescita.

La responsabilità finale del coordinamento dell'intero lavoro, naturalmente, rimane del sottoscritto.

Palermo, 27 maggio 2013

Sebastiano Torcivia
Coordinatore nazionale PRIN 2008
(Università degli Studi di Palermo)

1. Il cluster del vino del Friuli Venezia Giulia. Un'analisi economico finanziaria

di Guido Modugno e Giorgio Valentinuz

1. Premessa

Nell'ultimo decennio, il vino italiano ha perso competitività rispetto ai prodotti di altri paesi (van Rooyen et al., 2010). L'ingresso di nuovi competitors ha trovato terreno fertile nella sempre maggior globalizzazione dei gusti dei consumatori; conseguentemente, le aree a vigneto in Cina, Australia, USA e Cile sono cresciute a ritmi molto elevati dal 2000. L'UE ha attuato, invece, una politica di riduzione delle stesse. A questi fattori, si sovrappone la tendenza all'accorciamento del ciclo di vita del prodotto. La riduzione del consumo interno pro-capite ha ulteriormente penalizzato i produttori italiani, che soffrono peraltro di alcuni elementi di strutturale debolezza:

- la ridotta dimensione delle aziende vinicole, che influenza negativamente il potere negoziale nei confronti della distribuzione e si traduce, generalmente, in un *deficit* di competenze manageriali;
- la *governance*: esse si caratterizzano perlopiù come *family business*, elemento che si traduce nella limitata disponibilità di capitali per gli investimenti produttivi e commerciali.

La letteratura conferma la capacità dei cluster di supplire, almeno in parte, ad alcuni di questi limiti. In particolare, il cluster rappresenta un'opportunità per superare i limiti che imprese focalizzate sul prodotto, come quelle vinicole, incontrano sul piano del marketing (Brown et al., 2001; Gelzensztein et al., 2009); anche l'innovazione di prodotto/processo trova un valido supporto nelle relazioni che s'instaurano all'interno del cluster (De Beule et al. 2008; OECD 1999). Meno esplorata risulta, invece, la dimensione finanziaria delle imprese appartenenti ai cluster. Se, da un lato, si evoca la capacità del cluster di indurre dinamiche di apprendimento sul piano delle competenze commerciali e di produzione, ben poco emerge con riferimento agli aspetti finanziari:

1. l'apertura verso forme di *governance* che possano agevolare l'ingresso di capitali di rischio;
2. la struttura finanziaria intesa come grado di *leverage*;
3. la capacità di predisporre adeguati piani d'investimento;
4. il rapporto banca-impresa;
5. la capacità di utilizzare strumenti finanziari per limitare i rischi (ad esempio, quello atmosferico).

Le premesse fatte con riferimento al contesto competitivo suggeriscono la necessità di aumentare il livello di concentrazione del settore e la capacità di competere sulla base di risorse immateriali difficilmente replicabili (reputazione, innovazione): la dimensione finanziaria deve ineludibilmente accompagnare questo processo di crescita. Il cluster, che sembra favorire lo sviluppo di relazioni commerciali, l'internazionalizzazione e l'innovazione, non pare altrettanto efficace nello stimolare la crescita della cultura aziendale con riferimento agli aspetti finanziari: sono ancora molto rari i casi di fusione tra le micro-imprese nel settore, la programmazione economico-finanziaria viene scarsamente utilizzata, l'apertura all'ingresso di nuovi capitali è molto ridotta.

La polverizzazione delle realtà produttive rappresenta un elemento di debolezza per le imprese del Friuli Venezia Giulia quando devono confrontarsi nell'arena competitiva internazionale, che ha visto una rapida crescita dei produttori del cosiddetto "Nuovo Mondo" (Argentina, Cile, Australia, Sudafrica), anche nel segmento di qualità medio-alta che un tempo era in contrasto con il dominio dei produttori del "Vecchio Mondo" (Italia, Francia, Spagna, Portogallo, Germania) (Aylward, 2003; Aylward e Turpin, 2003). Per fare un parallelo con il settore secondario, potremmo affermare che le imprese del "Nuovo Mondo" frequentemente sono riconducibili per dimensioni, strutture organizzative e competenze impiegate alle moderne imprese industriali, laddove molti dei produttori locali possono essere paragonati a degli artigiani.¹ A fronte di debolezze sul lato della commercializzazione, del marketing e del coordinamento di filiera e territoriale², ci si è chiesti

¹ Ad esempio, il 40% delle esportazioni in volume del Cile erano concentrate nelle mani di sole tre grandi imprese: Concha y Toro, San Pedro e Santa Rita (Arnold et al.,²⁰⁰²: Gwynne, 2008). Dobbiamo sottolineare che tra gli esportatori cileni di vini di elevata qualità (quelli in grado di ottenere elevati prezzi per litro) vi sono operatori di proprietà di aziende europee, specialmente francesi, del settore (Gwynne, 2008).

² Esemplare la chiarezza e la forza del messaggio usato dall'Australia per promuovere i propri vini presso la fascia di clientela che desidera bere prodotti di una certa qualità, ma 'facili' da consumare e con prezzi accessibili. Questo Paese ha deciso di promuovere il 'brand Australia', con una perdita delle identità territoriali e delle specificità dei prodotti (Aylward, 2006).

come le imprese locali gestiscono la dimensione economico-finanziaria, poiché eventuali mancanze su tale fronte rappresenterebbero un'ulteriore debolezza rispetto ai concorrenti internazionali. Questo lavoro mira quindi a fornire un quadro, ancorché parziale, delle competenze di tipo finanziario nelle imprese vitivinicole del Friuli Venezia Giulia: sono state identificate – tra le 6.644 aziende attive in regione – 430 aziende che, per dimensione e volumi di produzione, si riteneva potessero presentare un livello di complessità tale da rendere le risposte ottenute utili ai nostri fini conoscitivi, evitando di coinvolgere le imprese realmente marginali, di piccole e piccolissime dimensioni. Non molte aziende si sono rese disponibili a partecipare alla ricerca, tanto che – alla fine – è stato possibile realizzare solamente 60 interviste.

2. Le aziende partecipanti

Tra le aziende rispondenti, tredici sono imprenditori agricoli, ventinove sono società semplici (alcune di esse agricole), tredici società a responsabilità limitata, due società per azioni, due società cooperative e una fondazione. Trentasei aziende (60%) svolgono esclusivamente attività di produzione e vendita di vino, mentre le altre svolgono anche attività diverse, con un peso sul fatturato che varia dall'1 al 20%. La quasi totalità delle aziende fa parte di un consorzio DOC o DOCG (56 su 60). Rispetto alla zona di produzione, 35 aziende risultano concentrate in un'unica area geografica, mentre le rimanenti presentano una produzione maggiormente diversificata geograficamente, sebbene sia quasi sempre presente un'area geografica prevalente. Eccetto le società cooperative, la fondazione e gli imprenditori agricoli, la proprietà è comunque prevalentemente concentrata in poche mani, tanto che il numero medio di soci è pari a 2,76. Le imprese costituite sotto forma di società di capitali non presentano un numero di soci maggiore rispetto alle società semplici essendo, nel 60% dei casi, Srl unipersonali. Il numero medio di dipendenti per le imprese del campione è pari a 9,5 per un totale di 549 unità; considerando anche i soci, si giunge – comprese le cooperative – ad un totale di 1.619 persone.

Per semplificare la presentazione dei risultati, le persone intervistate sono state raccolte in tre categorie: titolari (63%), figure dirigenziali (25%), e coloro che hanno un ruolo impiegatizio (12%).

<i>Forma societaria</i>	<i>Numerosità</i>	<i>Soci</i>	<i>Dipendenti</i>	<i>Hl</i>	<i>Hl/operatore</i>
Cooperative e fondazione	3	938	92	254.660	247,2
Imprenditori agricoli	13	13	82	13.650	143,7
Società di capitale	12	18	117	36.850	273,0
Società semplici	29	93	217	136.500	440,3
Aziende con dati incompleti ³	3	8	41	5.200	
Totale	60	70	549	446.860	

Figura 1 – Numero di soci, dipendenti, ettoltri prodotti

Le aziende che hanno partecipato alla *survey* sono un numero ridotto rispetto al complesso dei produttori del FVG, ma per ettoltri prodotti rappresentano circa il 33% della produzione regionale. Questo dato fornisce ulteriore conferma della polverizzazione del settore. Attenzione particolare meritano le sette cantine cooperative del Friuli Venezia Giulia, che realizzano – con i loro 344.274 ettoltri – attorno al 25% della produzione regionale. Le tre cantine cooperative che hanno risposto al questionario rappresentano circa il 73% della produzione totale (espressa in ettoltri) della categoria in esame.

Dalla precedente Figura 1 sembrerebbe che le società semplici abbiano una maggiore efficienza produttiva, realizzando un più elevato volume di produzione pro capite. Ciò potrebbe dipendere da una maggiore dimensione media dell'impresa, in grado quindi di sfruttare maggiori efficienze, oppure dall'impiego di personale non strutturato, con collaborazioni stagionali a fronte di esigenze specifiche.

La maggior parte delle imprese analizzate non appartiene a un gruppo e, quando ciò si verifica, il controllo è nelle mani del medesimo imprenditore o della stessa famiglia. Solamente un'azienda vitivinicola è controllata da

³Non tutte le società di capitali hanno dichiarato il numero dei soci e/o il numero dei dipendenti e/o il volume di ettoltri prodotti. Per tale motivo abbiamo deciso di isolare le informazioni incomplete ad esse relative, sapendo di avere una rappresentazione solo parziale per questo piccolo sottoinsieme di intervistati.

un'impresa che opera principalmente nel settore finanziario. Al fine di meglio rappresentare la realtà analizzata, le aziende rispondenti sono state suddivise in cinque classi che esprimono il volume di produzione in ettolitri: minore di 1.000, tra 1.000 e 2.500, tra 2.501 e 5.000, tra 5.001 e 10.000, oltre 10.000. Due imprese non hanno fornito informazioni a riguardo.

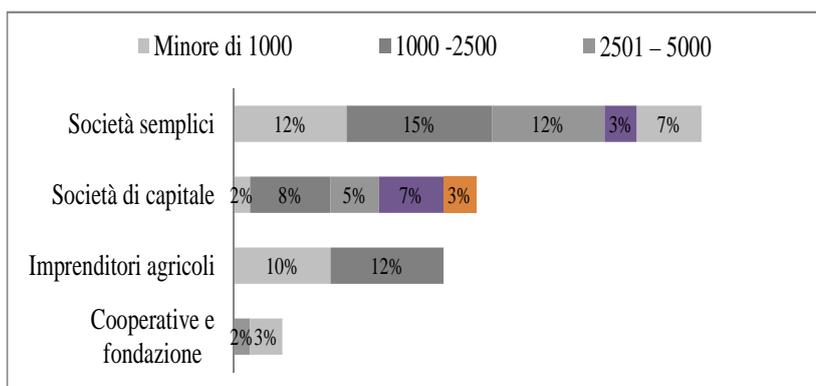


Figura 2 – Forma giuridica e volumi di produzione delle imprese partecipanti all'analisi

3. Assetto proprietario e struttura del capitale

Le imprese del territorio sono contraddistinte dalla modesta dimensione, sia per volume di produzione che per numero di dipendenti; a ciò si associa una struttura proprietaria concentrata nelle mani di poche persone (con l'eccezione delle cantine cooperative) e la quasi generale assenza di investitori finanziari. Considerando la disponibilità di capitali e – ancor prima – la disponibilità dell'imprenditore a porre in discussione il proprio ruolo nell'impresa quali requisiti necessari per la crescita, interna o esterna, si è voluto analizzare la propensione ad aprire a terzi la compagine sociale.

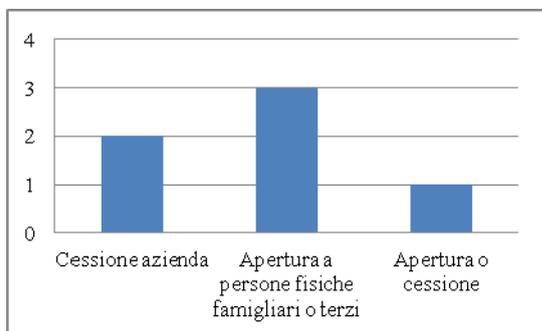


Figura 3 – Numerosità delle imprese che pensano di aprirsi a terzi

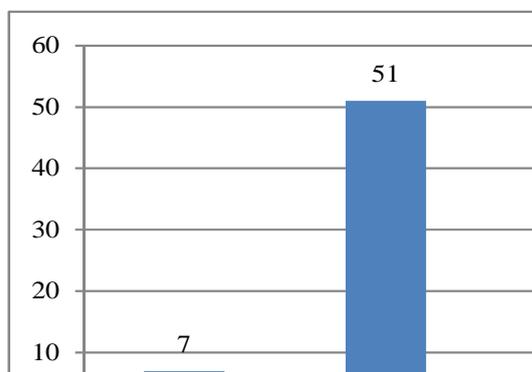


Figura 4 – Forma di apertura dell'assetto proprietario verso terzi

Solamente sette aziende dichiarano di avere da poco portato a termine o di voler effettuare una variazione dell'assetto proprietario nei prossimi tre anni: di queste, tre pensano di aprirsi ad altri membri della famiglia o a persone fisiche esterne, due pensano di cedere l'azienda e una sta valutando se cedere l'intera azienda, oppure aprirsi a soci esterni. Il dato è confermato dalla scarsa propensione all'eventualità di cedere momentaneamente parte del capitale ad un investitore finanziario, con obbligo di riacquisto a un prezzo predeterminato⁴: delle aziende partecipanti, solo tredici (circa 22%)

⁴ Il socio o l'imprenditore che accettasse questo tipo di clausola non dovrebbe rinunciare permanentemente a una certa porzione del capitale. Si era ipotizzato che questo tipo di

hanno risposto positivamente.

Le interviste hanno anche consentito di analizzare le ragioni che spingerebbero o, viceversa, frenerebbero l'apertura a nuovi soci. Anzitutto, emerge che le aziende con minori volumi di produzione dimostrano maggiore propensione ad aprirsi a terzi. Le principali ragioni a favore di tale scelta risiedono – con pari frequenza – nella necessità di ‘acquisire risorse finanziarie’ e nella volontà di ‘penetrare mercati esteri’; quasi analoga rilevanza assume, inoltre, la volontà di ‘acquisire competenze manageriali’. Emergono, in definitiva, il desiderio di crescita dimensionale e la percezione della necessità di colmare un *gap* di competenze gestionali.

La scarsa disponibilità all'ingresso di terzi nel capitale è, invece, riconducibile alla preoccupazione di perdere flessibilità nelle decisioni (40%), alla perdita del controllo (24%) e alla necessità di condividere le scelte strategiche (18%). È interessante notare la relazione tra la dimensione aziendale e le ragioni della chiusura all'ingresso di nuovi soci: se, infatti, per le imprese di maggiore dimensione conta la perdita di flessibilità delle decisioni, per quelle minori (1.000 - 2.500 hl) il principale fattore di preoccupazione è rappresentato dalla perdita del controllo.

Rischio percepito	Frequenza	Classe di produzione (in ettolitri)				N.D.
		Minore di 1000	1000 - 2500	2501 - 5000	Superiore a 5000	
Perdita di controllo	24%	21%	32%	33%	0%	0%
Perdita di flessibilità nelle decisioni	40%	43%	25%	44%	70%	100%
Necessità di condividere i risultati economici	11%	14%	11%	11%	10%	0%
Necessità di condividere le scelte aziendali e strategiche	18%	14%	21%	11%	20%	0%
Altro	6%	7%	11%	0%	0%	0%
TOTALE	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Figura 5 – I principali rischi percepiti dagli imprenditori nell'apertura dell'assetto proprietario, rappresentati rispetto alla classe dimensionale di raggruppamento (possibili risposte multiple)

Le imprese intervistate presentano un ampio spettro di strutture del capitale, con profonde differenze nell'impiego del debito e del capitale proprio per finanziare i propri investimenti operativi, passando da realtà che utilizzano esclusivamente capitale proprio, ad aziende finanziate quasi interamente con debito.

clausole potesse risultare maggiormente gradite, favorendo l'acquisizione di capitali da impiegare nella crescita, nell'innovazione o nel consolidamento.

Le imprese che ricorrono al debito impiegano prevalentemente finanziamenti bancari a medio-lungo termine (in media, pari al 42% delle fonti di finanziamento), mentre scarso è l'utilizzo del debito a breve termine (coerentemente con la tipologia di attività che vengono finanziate) che supera di poco il 9%. Quasi assenti sono i debiti di fornitura, il leasing e il factoring. Negli ultimi anni, solamente tre imprese di capitali hanno aumentato il capitale e, comunque, per un ammontare limitato.

Nella Figura 6 sono rappresentate le principali fonti di finanziamento e il peso di ciascuna sul totale, suddiviso per classi di utilizzo. Il 34% delle imprese utilizza capitale proprio in misura inferiore al 20% sul totale delle fonti di finanziamento; allo stesso tempo, poco meno del 36% delle imprese utilizza debito a medio lungo termine sempre in misura inferiore al 20%. Come già indicato, il debito di fornitura rappresenta una fonte di finanziamento assai limitata, poiché la totalità delle imprese hanno dichiarato che esso pesa per meno del 20% sul totale del 'passivo e netto' aziendale.

Fonte di finanziamento	≤20%	21% ÷ 40%	41% ÷ 60%	61% ÷ 80%	>80%	Media
Capitale proprio	34,0%	10,7%	21,4%	17,9%	16,1%	47,3%
Debito a medio lungo termine	35,7%	19,6%	17,9%	14,3%	12,5%	42,2%
Debito a breve termine	85,7%	10,7%	1,8%	1,8%	0,0%	9,4%
Debito commerciale	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%
Totale						100,0%

Figura 6 – Le fonti di finanziamento e il loro impiego, rappresentate per classi percentuali di utilizzo. Le percentuali di utilizzo non possono essere sommate per colonna

4. Processi di crescita e investimenti

Le aspettative sullo scenario futuro, nonostante il periodo di intensa crisi, sono piuttosto positive e non sembrano essere influenzate dalla dimensione aziendale. L'indice V di Cramer⁵ evidenzia un basso livello di associazione (indice pari a 0,228) tra la dimensione dell'impresa e lo scenario atteso.

⁵ L'indice V di Cramer è invece un indice normalizzato che varia tra 0 e 1 e ci consente quindi di misurare anche il livello di associazione o connessione tra le variabili (nulla nel caso in cui V=0 e massima nel caso in cui V=1).

Ettoltri prodotti	Crescita e miglioramento della performance		Stabilità e consolidamento		Rallentamento dell'attività (o non sa/non risponde)		Totale	
meno di 1000	8	25,0%	5	26,3%	1	14,3%	14	24,1%
1000-2500	12	37,5%	7	36,8%	2	28,6%	21	36,2%
2500-5000	4	12,5%	4	21,1%	3	42,9%	11	19,0%
5000-10000	3	9,4%	2	10,5%	1	14,3%	6	10,3%
oltre 10000	5	15,6%	1	5,3%	0	0,0%	6	10,3%
Totale	32	100,0%	19	100,0%	7	100,0%	58	100,0%

Figura 7 – Lo scenario atteso dall'impresa nei prossimi anni, rappresentata in funzione della classe dimensionale (espressa in ettoltri)

Una percentuale abbastanza elevata (il 46,6%) delle imprese intervistate ha dichiarato di avere esteso il proprio ambito di attività negli ultimi cinque anni; questo sviluppo ha interessato prevalentemente le aziende di dimensioni più elevate (con produzione superiore ai 5.000 ettoltri). Solamente quattro aziende hanno dichiarato, invece, di avere ridotto negli ultimi cinque anni la propria attività, soprattutto per focalizzarsi sul *core business*.

	Fino a 2500		2500 - 5000		Oltre 5000		Totale	
Estende l'ambito di attività	15	42,9%	4	36,4%	8	66,7%	27	46,6%
Non estende l'ambito di attività	20	57,1%	7	63,6%	4	33,3%	31	53,4%
Totale	35	100,0%	11	100,0%	12	100,0%	58	100,0%

Figura 8 – Le aziende che hanno esteso/non esteso negli ultimi cinque anni il proprio ambito di attività, suddivise per volume di produzione

La crescita è stata prevalentemente interna⁶ ed in attività correlate al vino (il 63% delle aziende)⁷; tra le imprese la cui crescita è dipesa da attività non correlate alla produzione vitivinicola (26%), l'investimento in energie rinnovabili ha rivestito un ruolo importante.

Per comprendere meglio i tratti distintivi delle scelte d'investimento è

⁶ Solo tre aziende hanno dato luogo ad operazioni di finanza straordinaria, acquisendo altre imprese.

⁷ Sono state considerate attività correlate quelle interne alla filiera del vino in senso lato, comprese le attività di agriturismo.

stato chiesto di indicare, su una scala ordinale di 5 valori, il livello di “polarizzazione” rispetto a due estremi: la propensione verso investimenti con ritorni più modesti ma più sicuri o, all’estremo opposto, la propensione verso investimenti ad alto rischio ma potenzialmente più redditizi. Dalle Figure 9 e 10 emerge una sostanziale assenza di polarizzazione delle risposte in funzione della forma societaria e della dimensione.

In relazione a nuovi progetti di business, la dirigenza della nostra azienda:

tende a privilegiare progetti poco rischiosi ma con ritorni più modesti ma sicuri	←←	←	=	→	→→	tende a privilegiare progetti molto rischiosi ma con ritorni potenzialmente molto elevati
Forma giuridica						Totali
Cooperative e fondazione		1	1		1	3 6,7%
Imprenditore agricolo	3	2	2	3	2	12 26,7%
Società di capitale	1	2	3	2	1	9 20,0%
Società semplici	3	6	2	8	2	21 46,7%
Totale	7	11	8	13	6	45 100,0%
	15,6%	24,4%	17,8%	28,9%	13,3%	100,0%

Figura 9 – Polarizzazione delle risposte rispetto al tipo di progetto preferito, con riferimento al profilo di rischio e rendimento atteso dallo stesso. Risposte raggruppate per tipologia di forma giuridica

In relazione ai nuovi progetti di business, la dirigenza della nostra azienda:

tende a privilegiare progetti poco rischiosi ma con ritorni più modesti e sicuri	←←	←	=	→	→→	tende a privilegiare progetti molto rischiosi ma con ritorni potenzialmente molto elevati
Volume di produzione						Totali
meno di 1.000	25,0%	8,3%	16,7%	33,3%	16,7%	12 27,9%
1.000-2.500	12,5%	37,5%	12,5%	25,0%	12,5%	16 37,2%
2.500-5.000	11,1%	33,3%	11,1%	33,3%	11,1%	9 20,9%
5.000-10.000	16,7%	16,7%	16,7%			3 7,0%
oltre 10.000			16,7%	16,7%	16,7%	3 7,0%
Totale	16,3%	25,6%	16,3%	27,9%	14,0%	43 100,0%

Figura 10 – Polarizzazione delle risposte rispetto al tipo di progetto preferito per il profilo di rischio e rendimento atteso dallo stesso. Risposte raggruppate in relazione al volume di produzione

Le imprese minori dimostrano maggiore propensione verso progetti ad alto rischio ed elevato rendimento atteso. L'indice Chi quadrato del Pearson calcolato tra le variabili a) dimensione dell'impresa e b) tipologia di progetto adottato assume valore pari a 5,605, indicando una certa dipendenza tra le variabili; il valore assunto dall'indice V di Cramer ($V=0,208$) evidenzia, però, un basso livello di associazione tra di esse.⁸

Sempre con riferimento alla propensione ad assumere rischi, è stata rilevata la diffusione di strumenti di copertura dai rischi. Nel 65% dei casi la risposta è stata positiva: ventotto aziende stipulano polizze assicurative sui fabbricati, trentatré assicurano la produzione agricola ed una impiega strumenti derivati. Ventidue aziende assicurano sia i fabbricati, sia la produzione agricola. La decisione di non coprire tale rischio contraddice l'orientamento dell'Unione Europea, secondo cui i produttori agricoli devono farsi "carico di gestire rischi che in precedenza erano coperti dalle politiche di sostegno dei mercati e dei prezzi" (Commissione UE, 2005).

Alle aziende è stato chiesto, inoltre, di assegnare un *ranking* a quattro fonti di finanziamento (capitale proprio, debito a medio-lungo termine, debito a breve termine e contributi pubblici) per i nuovi progetti di investimento. La somma dei punteggi (da 1 a 4) attribuiti alle diverse fonti di finanziamento è stata standardizzata; la rilevanza, quindi, varia da 0 (minima) ad 1 (massima). Il capitale proprio e l'indebitamento bancario a medio lungo termine risultano essere le fonti di finanziamento prevalenti per i nuovi progetti d'investimento, coerentemente con la struttura del capitale adottata dall'impresa nel suo complesso. Complessivamente, quindi, la politica di finanziamento risulta piuttosto prudente.

Fonte di finanziamento	Totale
Capitale proprio	0,80
Debito a breve termine	0,56
Debito a medio-lungo termine	0,75
Contributi pubblici	0,56

Figura 11 – Rilevanza delle diverse fonti di finanziamento per i nuovi progetti

⁸ L'indice Chi quadrato di Pearson assume valore nullo nel caso di indipendenza tra le variabili. Il suo valore massimo dipende dal numero di osservazioni. L'indice V di Cramer è invece un indice normalizzato che varia tra 0 e 1 e consente quindi di misurare il livello di associazione tra le variabili (nulla nel caso in cui $V=0$ e massima nel caso in cui $V=1$).